下载APP

春节加餐3 | 书单分享：阅读是一种人生的体验

2021-02-17 炒炒

体验设计案例课 进入课程 >

讲述：炒炒

时长 17:33 大小 16.08M

你好，我是炒炒。

春节假期，你有没有吃好、喝好、睡好呢？

假期马上就结束了，我们马上又要投入到工作和学习中去了。所以，为了让你有个良好的过渡，适应马上就要做回“打工人”的节奏，今天我要跟你分享一下我的一个小爱好，那就是看书。

在这个到处都是新知识的时代，虽然我们可以很轻易就获得各种各样的信息，但是大多都是碎片化的知识，而且这些碎片知识会抢占你很多的注意力，还会侵蚀你的整体思考力。

所以，我还是推荐你看纸质的书，书本能给我们带来更真实的触感。我甚至感觉自己可以通过这些印刷文字触摸到作者的灵魂，引起共鸣。当然，这可能只是我个人对纸质书的一种执念。

还记得大约 12 岁的时候，我就躲在被窝里面看《飘》。

我看到白瑞德心灰意冷，离开斯嘉丽，斯嘉丽在大雾中觉醒过来，想去追赶，只留满身遗憾。小小年纪的我，居然看哭了。虽然也不懂哭啥，可能就是单纯替斯嘉丽伤心和遗憾吧。

然后，这么多年以来，看书这个习惯我一直在坚持着。即使晚上加班到十一点多回家，我还是会在睡前看个 10 页、8 页的。在课程留言和交流群里，我看到有些同学让我推荐一些书，趁着春节假期，我就推荐我个人觉得还不错的一些书给你，希望你可以收获新的体验。

推荐前的思考

在推荐书单之前，我还是想先跟你探讨一下，我对于体验设计师能力模型的看法。

作为体验设计师，在日常工作中，除了完成专业的设计输出，比如说交互设计输出、视觉输出、用户研究报告等，还会涉及需求讨论、协作方有效沟通、产品思考、项目管理与资源协调等。

体验设计师是一个对个人专业能力以及综合能力要求都非常高的岗位，我还经常听到一些设计师自嘲：“操着卖白粉的心，拿着卖白菜的钱”，所以这个岗位不是那么容易的。

在我看来，**体验设计师的能力 = 专业能力 + 底层可迁移能力**。

> 专业能力：用户研究能力、交互设计能力、视觉设计能力、业务梳理能力；
>
> 底层可迁移能力：逻辑思考能力、产品思考能力、沟通协调能力、管理能力、学习能力等。

关于体验设计师更具体的能力模型，你可以在第 11 讲，设计师能力模型中进一步查看详情。

专业能力非常好理解，专业能力的高低直接影响了专业输出的设计质量；而底层可迁移能力对于设计师来说，就像杠杆一样，底层可迁移能力强，会放大专业能力的价值，进而间接影响到专业输出的质量。

比如说，如果你的沟通能力很强，你做了一个 100 分的设计方案，你就能够很好地把你的设计方案讲给别人听，别人听到的就是一个 100 分的设计方案；假如你沟通能力不好，你讲方案的时候，可能就会打折扣，别人听到的可能就是一个 80 分甚至是 60 分的设计方案。

所以，我今天推荐的书单就将围绕体验设计师的能力要求来展开。

专业能力

首先是专业能力的部分。在跟小伙伴的交流中，我发现，除了有科班毕业的设计师以外，还有刚毕业的大学生、有转行来做设计的、也有产品经理、甚至还有做硬件的工程师……

对于怎么提升设计的专业能力，我相信科班出身的设计师都已经有一套自己的方法论了，那么今天我给这些“设计新朋友”来推荐一下书籍。

我给你推荐的不是“怎么把一个 banner 做好”、“如何 3 天快速入门交互设计”这类提升“技能”的书籍。从“术法道”这个提升路径来说，这些“技能”是最表层的“术”，是可以通过教程反复地临摹练习，以及工作的实操积累提升的。

我更想让你知道，设计不仅仅是你的肉眼所见，类似一个界面样式、一个 icon。设计是更深层次的东西，是成体系的，包括设计体系、服务蓝图、信息架构策略、用户行为、情景文化等。

所以，我推荐你看看《设计体系》这本书。

设计体系：数字产品设计的系统化方法

作者: [英] 阿拉・霍尔马托娃
出版社: 人民邮电出版社
译者: 望以文
出版年: 2019-11
页数: 224
定价: 59.00元
装帧: 平装
丛书: 图灵交互设计丛书
ISBN: 9787115522016

以往，我们都是在一些文章上零散地看到设计规范的相关知识，而这本书是第一本讲设计体系的书。我们可以把设计体系理解为设计规范的进化，这本书也让我以一个全新的视角了解到了设计体系化的能力，认识到了设计体系的本质框架和逻辑关系。

我把书里面讲的体系化的内容引入到现在在做的设计规范里面去，也刺激了我进一步地重新思考如何把我们现在多个项目的不同设计规范，进一步抽象成为设计体系，构建一套更高效、更普世的方式，来横向支持我们所有项目的发展。

Shopify 的 UX 设计总监对于这本书的推荐语，我觉得特别好：

> “构建设计体系不仅涉及技术解决方案，还涉及建立人与人之间的联系。他包含了难题的解决之道，并为团队齐心协力实现共同的愿景开辟了道路。”

底层可迁移能力

现在大家张嘴就说“底层思维”，任何事物发展到中后期，其实都是思维模式的竞争。思维模式又包括产品思维、用户思维、结构性思维、批判性思维等。包括跟随马斯克爆火的第一性原理，在我看来也是一种拆解事物的底层思维模式。

提升底层思维真的那么重要吗？是的！非常重要！它决定了你能走多远！

海底捞就是典型的用底层思维做餐饮的例子。作为餐饮行业，他们不再是只关注食物的好吃不好吃，他们抓住了从排队到就餐到离开店的每个关键服务点、抓住了小孩、老人、白领等食客的需求，让用户处处都觉得“wow！好棒！”。

即使吃火锅的味道没那么正宗，但是想吃火锅的时候，就是第一个想到要去海底捞。

成功听起来是一件事，但是做起来是上万件事。

整个课程，我也一直在强调，设计师不仅仅只是负责把页面流程画完，把视觉效果做到完美，而是需要用底层思维模式贯穿整个设计流程，对产品有整体的、系统的思考。

那么，关于提升底层思维能力，推荐你去看看《慢决策》《贫穷的本质》《思考快与慢》《深度思考》这几本书。

慢决策

作者: [美] 弗兰克·帕特诺伊
出版社: 北京联合出版公司
副标题: 如何在极速时代掌握慢思考的力量
原作名: Wait: The Art and Science of Delay
译者: 欧阳明亮
出版年: 2017-1-28
页数: 266
定价: 59.90
装帧: 平装
丛书: 湛庐文化·心视界
ISBN: 9787550290594

这是一本教你如何在充分思考后果断下决定的书。人生，在我看来就是不停做选择的过程。

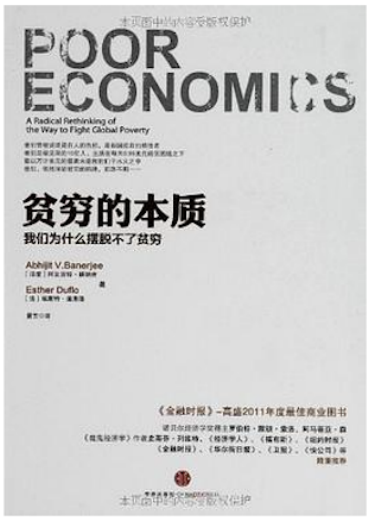
我是个性子很急的人，以前经常冲动做决定，也就是在没有很认真思考这件事情的结果时，就做了决定。次数多了，吃过的亏也不少。这本书在逐步改变我的这个坏毛病。在看完这本书后，每当需要做决定，我都会对事情进行仔细观察和把相关的信息在脑海里过一遍，然后再做决定。

作者: [美] 丹尼尔·卡尼曼 / [美] Daniel Kahneman
出版社: 中信出版社
原作名: Thinking, Fast and Slow
译者: 胡晓姣 / 李爱民 / 何梦莹
出版年: 2012-7
页数: 424
定价: 69.00元
装帧: 精装
ISBN: 9787508633558

这本书是《纽约时报》2011 年度十大好书之一。作者通过很多有趣的行为实验，帮我们介绍了两个系统的思维模式：无意识的“系统 1”和有意识的“系统 2”。

这本书对我的影响跟《慢决策》一样，让我在做决策的时候，能更多地去思考，觉察到感性的、偏见的思考才是常态，放慢决策的速度。

贫穷的本质



作者: 阿比吉特•班纳吉 (Abhijit V.Banerjee) / 埃斯特•迪弗洛 (Esther Duflo)
出版社: 中信出版社
副标题: 我们为什么摆脱不了贫穷
原作名: Poor Economics: A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty
译者: 景芳
出版年: 2013-4-1
页数: 256
定价: 58.00元
装帧: 精装
ISBN: 9787508638492

看这本书呢，主要是我一直觉得自己是个穷人。这本书的作者给出定义，日均消费低于 0.99 美分才能被称之为穷人，想了下，那在座的各位都是土豪了。

这本书主要讲穷人的行为模式和穷人的思维定式。虽然我现在不是学术上的穷人了，但是这本书里面的知识点，还是给了我很多有意思的启发。

比如说，你有没有因为某个目标而制定过一个财务计划？例如买个包。在这样的计划执行过程中，你有没有某一次因为眼前的小诱惑、小欲望管不住自己，就想跟朋友吃顿大餐之类的，而打破了自己的计划？

发生这个事情的时候，当时的你是很懊恼，甚至愧疚的，但是你往往会用一句话来安慰自己“下个月再攒”。这种情况，在这本书中有专门写到，这就是穷人的一个思维定式。是不是觉得其实是很难摆脱穷人思维定式的？有兴趣的话，可以读读。

心理学

之前跟大家说过，设计师是产品与用户的翻译官，读懂用户所思所想实在是太重要了。我们可以通过学习心理学，研究人们在做某些事情时候的心理机制，以及根据人们的所思所想来做设计。

还记得“06 | 如何给你的体验地图加一个设计导航”中说过的用户高、中、低情绪点吗？就是利用了心理学的知识。

把心理学运用到设计当中，你就更容易把握住用户的情绪点了，甚至能够提前设计或者引导用户的情绪。用户什么时候会焦虑？什么时候需要惊喜？什么时候需要安慰？找到这样的场景，引爆用户的情绪，塑造用户的心智。

除了推荐教科书级别的《设计心理学》123 以外，你也可以看看《幻想即现实》《行为设计学》这两本书。

作者: 唐纳德·A·诺曼
出版社: 中信出版社
副标题: 4卷装
译者: 小柯 / 张磊 / 何笑梅 / 欧秋杏
出版年: 2015-12-1
页数: 993
定价: CNY 168.00
装帧: 平装
丛书: 设计心理学
ISBN: 9787508657202

《设计心理学》被誉为设计师学习心理学的标准读物。翻译得也特别通俗，书中列举了大量的生活化场景案例，深入浅出地把一些设计心理学层面的原则和理念讲解给你，引导设计师学会真正观察用户和理解用户。经典著作，我就无需多言了。

作者: 曾奇峰
出版社: 北京联合出版公司
副标题: 活出梦想中的自己
出版年: 2017-7-1
页数: 268
定价: 48.00
装帧: 平装
ISBN: 9787559600707

中国有句俗语，人生不如意十有八九，就是在说大部分情况下，我们对自己的现状是不满意的。

在这本书中，有段话，我觉得特别有启发、特别治愈。

> “变得更好的理想本身无可厚非，但需要记住的是，我们必须基本认为自己是好的，然后才可以变得更好。如果我们认为自己是不好的，对自己缺乏基本的满意，那么变得更好的愿望本身，就应该算是我们所有的不好中最坏的一种。如果一定要对什么东西不满，那就应该是对自己不满意本身的不满。”

深圳压力这么大，我常常觉得自己不够好，不够优秀，需要十分拼命才可以在深圳活下去。所以，我会焦虑不安，伤害自己也伤害他人。

看到这句话，我突然发现，我的焦虑可能也是一种病态执念。所以，我就改了我的年度计划，不再那么用力过猛了，放过自己，才能放过别人。

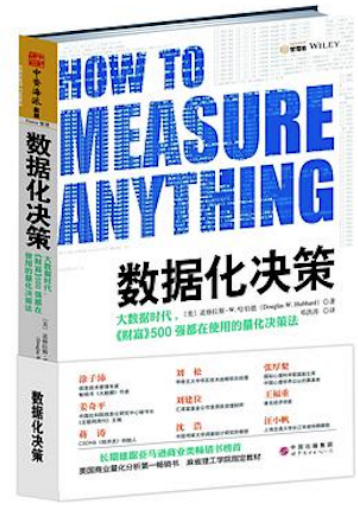
当然，还有《行为设计学》系列，也讲了很多重要的心理学概念。

作者: 〔美〕奇普·希思 / 〔美〕丹·希思
出版社: 中信出版社
副标题: 打造峰值体验
原作名: The Power of Moments
译者: 靳婷婷
出版年: 2018-8
定价: 68.00
丛书: 希思作品系列
ISBN: 9787508690247

量化管理能力

在我们的课程当中，我讲了设计量化的全套知识体系，希望管理者能以量化的方式高效管理设计项目和提升团队设计师能力，提高设计团队的整体效能。

也希望帮助老板们能够科学评估设计的投入产出比，把设计团队的价值最大化，让设计为业务带来更多的增值。那么，与此同时，我推荐你去看看《数据化决策》和《用户体验度量》。



作者: 道格拉斯•W•哈伯德
出版社: 世界图书出版公司
副标题: 大数据时代，《财富》500强都在使用的量化决策法
原作名: How to Measure Anything: Finding the Value of Intangibles in Business
译者: 邓洪涛
出版年: 2013-9-1
页数: 315
定价: 58.00
装帧: 平装
ISBN: 9787510067327

这本书对我最大的刺激是它对量化的宣言引起了我对“设计量化的思考”。既然生活中的很多事情都可以通过数据化决策更高效地解决，为啥体验设计行业不能引入这种数据化决

策呢？也是从读过这本书后，我开始有意识地在设计工作上引入量化思考。

作者: 【美】TOM TULLIS（汤姆 图丽斯） / 【美】Bill Albert（比尔 艾博特） 著
出版社: 电子工业出版社
译者: 周荣刚 / 秦宪刚
出版年: 2016-2
页数: 417
定价: 99.00
ISBN: 9787121277122

这本书讲了非常多的度量用户体验的方法和工具。

书里阐述了用户体验度量，归根到底就是：客观的效果、效率、主观的满意度。

这三个内容有没有觉得很熟悉，没错，这三个关键点也是我们在做可用性测试的核心关注点。这本书还讲述了很多国外的例子，可能你一下子很难直接套用到工作当中，你需要结合自己的项目做进一步的思考。如果你忘记了可用性测试的内容，可以再翻翻我们的第 08 讲。

审美和关联能力

这段时间跟团队内的设计师小伙伴们聊天，我发现大家有时候会把自己压得很紧，逼迫自己学习，提升技能，这都很棒。但是，朋友，生活除了眼前的苟且，别忘了还有诗和远方哦。

除了按照体验设计师的能力模型来提升能力项，这种成体系的成长以外，你还需要在生活中提高审美能力、发现美、同时紧跟时代的趋势，感受美。

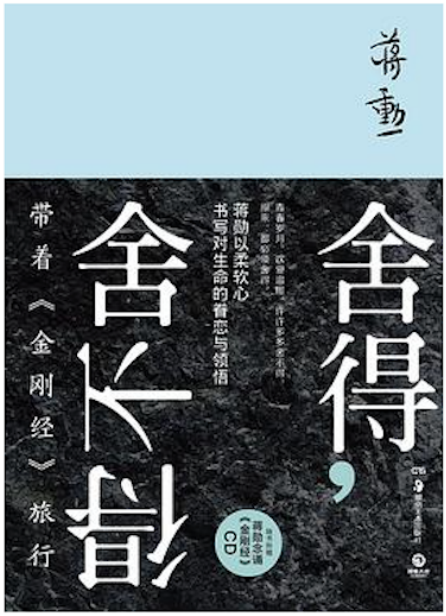
比如说文学作品、经典画作、名曲，他们为什么是经典？美在哪儿？审美是趋同的。同时，审美是有基准线的。在历史的长河中，能够穿梭时光留下来的，一定是高于审美基准线的。

我们现在的社会，有一种金钱主义，商业价值和专业价值、行业价值现在其实是混乱的，就像现在的演艺圈，流量和演技好像是两个世界的一样。这其实也是一种审美的缺失。

我还是希望我们有行业价值，专业水准高于行业基础标准。有时候，你看到不专业的体验设计被吹捧，有流量，能赚钱。别着急心动。你坚持的专业没有错，是世界错了。

设计师在别人眼里是“美”的输出者，所以“审美”是设计师的根本。

对于提升“审美”这个能力，我觉得是可以通过很多渠道来提升的，**多读美学方面的书，是一个好的方式。**我给大家分享一下我最近看得印象比较深刻的几本“美”的书籍吧，有《舍得舍不得》《美的历程》。



作者: 蒋勋
出版社: 湖南美术出版社
副标题: 带着《金刚经》旅行
出版年: 2015-10
页数: 256
定价: 45.00 元
装帧: 平装
丛书: 蒋勋作品
ISBN: 9787535673800

这本书是我的枕边书，有空就翻一翻。作者的文字就像是对我精神的二次洗礼；文字的空灵就像是用露水冲洗过的早上，让我安静又清宁。

如果你受生活上、工作上的一些事情困扰，让你吃不香、睡不好，你也可以试试沉浸在作者的文字当中，给自己一份精神上的洗礼。

你还可以看看《美的历程》。

作者: 李泽厚
出版社: 生活·读书·新知三联书店
出版年: 2009-1-1
页数: 273
定价: 43.00元
装帧: 精装
丛书: 李泽厚集
ISBN: 9787108030375

《美的历程》是中国美学史大作。

它带领我们回顾中国自文明诞生时刻，直至明清之际的美学演进历史。读了这本书，我们对美的认识，会超出肉眼所见的感官愉悦之美，看到感官之美背后投射出的知识和理念。

这本书对于我们系统地了解专业的中国美术和美学史特别好，骨架清晰、高屋建瓴、纵横捭阖、详略得当，李泽厚先生从容驾驭了中国几千年美学史。

当然，除了这些听起来就很硬的书，我也会看行业相关联的讲方法论的书，类似《疯传》《视觉锤》《定位》等。我一直觉得营销能力是设计师必备的能力之一，如何让你的设计被更多的人看见，如何透过作品让更多的人感受到你个人的魅力。

那如何被更多人看见，就是我想要了解的知识领域了。《疯传》就是这样一本书。

作者: 乔纳·伯杰 (Jonah Berger)
出版社: 电子工业出版社
副标题: 让你的产品、思想、行为像病毒一样入侵
原作名: Contagious: Why Things Catch On
译者: 刘生敏 / 廖建桥
出版年: 2014-1-1
页数: 242
定价: CNY 48.00
装帧: 平装
ISBN: 9787121210204

首先书本的描述就很吸引我，“让你的产品、思想、行为像病毒一样入侵”，充满了霸道总裁和掠夺性的味道。网上流传，樊登所有的宣传手法均来自这本书。

这本书用讲故事的方式，揭示了让产品、思想、行为疯狂传播的科学方法。对于我们了解行业的流量获取、打造爆款、用户增长的一些底层逻辑有很好的启发。

相信大家在看课程的时候，发现我们的一款产品正处于拉新的阶段，营销活动是这段时间的重头戏，我也把这本书里提到的一些方法用到了工作当中，受益匪浅。

除了这本书以外，《定位》也很值得一看，这本书是营销领域的教科书，作者是被誉为“定位之父”的杰克·特劳特，这本书对整个营销领域都有很深远的影响。

虽然书中的案例看起来有点过时，但并不妨碍本书的经典观点输出。

作者: 杰克·特劳特（Jack Trout） / 阿尔·里斯（AL Ries）
出版社: 机械工业出版社
副标题: 有史以来对美国营销影响最大的观念
原作名: Positioning: The Battle for Your Mind
译者: 谢伟山 / 苑爱冬
出版年: 2011-1-1
定价: 42.00元
装帧: 平装
丛书: 定位经典丛书
ISBN: 9787111326403

最后要说的

今天分享了这么多书，希望可以给你一种想去看书的冲动。

最后，讲点我的感受。我认为，学习分为三个阶段：

> 第一阶段：**自发性地去学**。就像我们在极客时间发现一门课，买它，学习；
>
> 第二阶段: **遇到一个或者一堆好老师**。他能帮助你制定好的目标、标准、学习方法、学习方向等，帮助你有效学习。希望我能成为你的好老师中的一个；
>
> 第三阶段: **回到自学，自我教育**。这个阶段，你已经无限趋近于得道了，所以一茶一饭都能找到学习提升的点。一旦到了这个阶段，学什么你都能快速地学会，触类旁通。

所以，多读书吧！肯定没错！阅读也是一种人生体验。

欢迎你阅读完我推荐的这些书之后，跟我分享读书心得。

也欢迎你给我推荐你喜欢的书单，我们一起学习，共同进步。

提建议

更多课程推荐

© 版权归极客邦科技所有，未经许可不得传播售卖。 页面已增加防盗追踪，如有侵权极客邦将依法追究其法律责任。

上一篇 春节加餐2 | 用户故事：设计也要学以致用

精选留言 (2)

写留言

石云升
2021-02-18

读书养成习惯后，一年读了几十本书很简单。今年看了4本书了。下次要写篇文章把一年看的书做个复盘。
推荐我最近看的三本搞钱的书
《价值》《文明、现代化、价值投资与中国》《徐远的投资课：投资原则和实战方法》
还有几本看完没多久，跟工作相关的书：...

展开

spark
2021-02-17

情诗一首

你是我的情诗，
因为诗是我的生命，
从早到晚，吃、穿、住、行，...
展开